

*А.К.Клюев, советник ректора по экономике и управлению Уральского государственного университета им. А.М. Горького*

## ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕМ В ВУЗЕ

Сокращение финансирования высшей школы неизбежно привело к росту активности вузов в сфере зарабатывания денег путем оказания разного рода услуг и выпуска продукции и товаров.

Этот сектор вузовской экономики подразделяется на три относительно самостоятельных сегмента:

1. Платная образовательная деятельность;
2. Хоздоговорные научно-исследовательские и проектно-конструкторские работы;
3. Предпринимательская деятельность вуза.

Вступление вуза на стезю рыночных отношений поставило непростые вопросы по управлению ценообразованием и ценовой политикой вуза. Основные проблемы в этой сфере заключались в следующем:

1. Отсутствие практического опыта ценообразования на платные образовательные услуги;
2. неразработанность соответствующей нормативной базы;
3. отсутствие эффективных антиинфляционных мер при формировании цены на услуги вуза
4. недостаточный уровень проработанности методик ценообразования.

### **Нормативная база ценообразования**

В своей деятельности по практическому ценообразованию вузы могут опираться на следующие нормативные документы:

1. «Методические рекомендации по формированию и применению свободных цен и тарифов на продукцию, товары и услуги», от 06.12.95 №СИ-484/7-982, подготовленные Минэкономики России с участием Госналогслужбы России, Минфина России, Роскомторга, Центросоюза России и отдельных органов ценообразования субъектов Российской Федерации.

Документ носит рекомендательный характер и предназначен для оказания методической помощи предприятиям и организациям при формировании и применении свободных цен и тарифов на продукцию, товары и услуги.

Методические рекомендации могут быть применены всеми хозяйствующими субъектами независимо от организационно-правовых форм и ведомственной принадлежности, изготавливающи-

ми (оказывающими) и реализующими на территории Российской Федерации продукцию, товары и услуги в валюте Российской Федерации.

Данные рекомендации могут использоваться вузами в решении общих вопросов ценообразования на свои услуги и производимую продукцию.

2. Более частные вопросы ценообразования — ценообразование на научно-техническую продукцию рассматриваются в «Типовых методических рекомендациях по планированию, учету и калькулированию себестоимости научно-технической продукции» от 15 июня 1994 г. №ОР-22-2-46 Министерства науки и технической политики Российской Федерации, согласованные с Минэкономики и Минфином.

Типовые методические рекомендации разработаны в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 5 августа 1992 г. №552 и имеют целью обеспечить единообразие принципов планирования, учета и калькулирования себестоимости научно-технической продукции.

Типовые методические рекомендации распространяются на предприятия, осуществляющие свою деятельность по отрасли «Наука и научное обслуживание», независимо от организационно-правовых форм и ведомственной принадлежности.

3. Совокупность локальных актов регулируют вопросы ценообразования на ряд предпринимательских видов деятельности, которые также могут выполняться вузами, такими как, например, выполнение ремонтно-строительных работ, торговли и др.

4. Что касается ценообразования на платные образовательные услуги, то здесь налицо вакуум каких-либо рекомендаций и разработок и перспективное по широте и масштабу поле работе как Министерства общего и профессионального образования, так Комитетов по ценовой политике, чьей непосредственной прерогативой является работа по методическому обеспечению процесса ценообразования.

### **Методы ценообразования**

Одним из самых простых методов ценообразования является расчет цены по методу «средние

издержки плюс прибыль». Данный метод базируется на расчете себестоимости подготовки специалиста увеличенной на запланированную норму прибыли. Привлекательность этого метода ценообразования обусловлена следующими факторами:

1. Рынок образовательных услуг является новым, неустоявшимся рынком. В рамках такого рынка за наиболее надежными ориентирами в формировании цены для вузов являются фактические затраты вуза по оказанию образовательных услуг.

2. Использование данного метода позволяет более или менее надежно защитить государственные вузы от проверок по целевому использованию бюджетных средств. Опыт многочисленных проверок показывает, что ключевым вопросом для многих проверяющих является вопрос о том: не используются ли бюджетные средства при обучении «платных» студентов. Вызывает большие сомнения не только корректность постановки такого вопроса, т.к. даже если бюджетные средства и участвовали так или иначе в решении проблем организации обучения студентов платной формы обучения, то ведь их целевой характер как средств, направленных государством на подготовку специалистов, сохранен и в этом случае. Более существенным является очевидное противоречие подлинных интересов государства — повышения уровня образования граждан — и формально-логических подходов к оценке работы вузов государственными чиновниками различных контрольных органов, уполномоченных государством такие оценки делать.

3. Данный метод создает для вуза достаточно прочные позиции в договорных отношениях с юридическими и физическими лицами по оказанию платных образовательных услуг, т.к. в конфликтных ситуациях при обсуждении стоимости оказываемых услуг этот метод ценообразования как наиболее простой и очевидный позволяет доказать, что вуз не берет ничего лишнего.

4. Данный метод ценообразования выравнивает цены на образовательные услуги, т.к. структура затрат у вузов практически одинакова. Это позволяет без заключения соглашений по уровню цен вузам выходить на рынок образовательных услуг с примерно схожими ценами.

Вместе с тем, использование данного метода имеет и свои сложности и ограничения. Отметим некоторые из них:

1. Данный метод ценообразования практически не учитывает уровень спроса на образователь-

ные услуги. Вузы, формирующие цены на этой основе, не могут вести гибкой ценовой политики и, соответственно, иметь более высокие финансовые результаты, базирующиеся на использовании благоприятной конъюнктуры рынка.

2. В основе метода лежит определение себестоимости образовательных услуг. Этот вопрос трудно назвать простым для управления вузом. Расчет себестоимости по фактическим затратам неизбежно приводит к тому, что за основу начинают брать затраты вуза, расписанные в бюджетной смете, т.к. именно здесь более всего накоплено статистики, реальной практики и опыта. Кроме того, оглядка на бюджетные сметы при расчете себестоимости платных услуг обусловлена практикой проверок вузов, о которой мы писали выше. Однако уровень обоснованности бюджетных смет давно вызывает сомнения, да и ситуация с их исполнением в последние годы такова, что этот документ трудно рассматривать как реальный и экономически обоснованный. Не меньше вопросов возникает, если расчет себестоимости происходит по затратам, определяемым нормами и нормативами и главным образом это вопросы отсутствия норм и нормативов по целому ряду затрат по оказанию образовательных услуг и проблема устарелости многих из существующих.

3. Дискуссионным является и размер планируемой нормы прибыли. Специалисты обсуждают проблему базы для расчета нормы прибыли. Использование в качестве таковой всей себестоимости стимулирует ее завышение, т.к. при фиксированной норме прибыли — это самый оптимальный способ ее увеличения. Предложения взять за основу тот или другой компонент затрат (например, материальные затраты или затраты на оплату труда) в конечном счете приводят к той же самой проблеме, но только уже в отношении этого базового компонента. Кроме всего этого существенным является и следующее противоречие. имеющее не только терминологический характер. В соответствии с Законом РФ «Об образовании» платная образовательная деятельность не является предпринимательской, т.е. не направлена на извлечение прибыли. Означает ли это, что при формировании цен на свои образовательные услуги вузы не могут планировать прибыль как таковую?

Принципиально другой подход лежит в основе установления цены на основе ощущаемой ценности образовательной услуги и основе уровня текущих цен. И в том и другом случаях расчет

цены осуществляется не на основе анализа издержек, а опираясь на восприятие потребителями ценности образовательной услуги или цены конкурентов.

Установление цены на основе ощущаемой ценности образовательной услуги в значительной степени базируется на имидже учебного заведения и использует ценностные представления потенциальных потребителей образовательных услуг и их родителей. Цена по этому методу может быть установлена либо эмпирическим путем либо на основе данных изучения мнений потенциальных потребителей о готовности оплатить образовательные услуги.

Установление цены на уровне текущих цен опирается на анализ цен других вузов по аналогичным или родственным специальностям, причем, как правило, вслед за наиболее авторитетным в этой сфере учебным заведением. Этот метод ценообразования весьма привлекателен, прежде всего в связи со своей простотой. Расчет затрат и себестоимости требует определенных усилий и профессионализма, однако принятие решения по вопросам стоимости образовательных услуг сегодня зачастую осуществляется факультетом или кафедрой, не располагающими специалистами соответствующей квалификации. В этой связи нередко этот метод является основным в ценообразовании. При всех позитивных моментах, присущих этому методу (гибкость, оперативность, соответствие рыночной ситуации, относительная простота и др.) нельзя не отметить, что его использование должно дополняться работой по определению реальной себестоимости оказания образовательных услуг, т.к. в противном случае истинная экономическая ситуация может быть затемнена.

#### **Наценки и скидки.**

##### **Полная цена**

Гибкость ценовой политики вуза определяется использованием системы наценок и скидок, гибкостью системы расчетов, соотношением цены образовательной услуги и цены ее потребления. Практика их применения достаточно многообразна. Основными формами являются следующие:

1. Скидки при предоплате за весь период обучения. Эта скидка может предоставляться в случае, если обучаемый платит за больший чем обычно (семестр или учебный год) период обучения. Однако сегодня вузы зачастую не только не заинтересованы в стимулировании предоплаты, а стремятся максимально раздробить платежи, т.к. уси-

ливающаяся инфляция при отсутствии возможности надежного инвестирования временно свободных средств обесценивает аккумулированные финансовые средства.

2. Скидки за обучение крупному заказчику. Эти скидки, как правило, носят индивидуальный характер и их размер оговаривается в договоре.

3. Скидки стоимости обучения для студентов, имеющих успехи в учебе.

4. Скидки для студентов из малообеспеченных семей.

Предоставление скидок может происходить в пределах средств сметы, направляемых на нужды развития материальной базы, заработной платы и т.п., но не должно касаться группы необходимых затрат (материалы, оборудование, амортизация, коммунальные услуги и т.п.)

Наценки применяются чаще всего в связи с целевой подготовкой специалистов, а также индивидуальным учебным планом или интенсификацией обучения. Наценка иногда используется при товарных схемах расчета, которые довольно активно стали внедряться в последние годы при расчетах с вузами за образовательные услуги.

Некоторые вузы при формировании цен на образовательные услуги идут на их уменьшения за счет исключения ряда затрат, например таких, как стоимость библиотечных услуг, методических пособий, учебников и литературы, пользование компьютерами и т.п., которые оплачиваются позднее по мере предоставления этих услуг. Тем самым обеспечивается конкурентная привлекательность данного вуза, которая, однако, носит кратковременный характер, т.к. по общей сумме затрат цена обучения, как правило, оказывается даже выше, чем в вузе, не использующем такого ценового маневра в связи с тем, что данная ценовая политика имеет более высокий уровень затрат, связанных с ее обслуживанием.

##### **Учет инфляции**

Проблема учета инфляции является тем актуальней, чем больший срок длится выполнение договора. При предоставлении образовательных услуг такой срок может превышать 5-6 лет. В практике вузы используют следующие механизмы корректировки цены с учетом инфляции: применение той или иной твердой валюты в качестве условной единицы, использование такого показателя как минимальный месячный размер оплаты труда (ММРОТ) и уровень инфляции, рассчитываемый органами статистики.

Использование валютного эквивалента в определении цены образовательной услуги было достаточно эффективным механизмом до определенных событий августа прошлого года. Сегодня явное несоответствие курсов валют экономическим реалиям заставляет очень осторожно относиться к возможности дальнейшего использования этого механизма для противоинфляционных поправок. Не меньше сомнений сегодня возникает у тех, кто использовал в этом качестве ММРОТ. Во-первых, совершенно очевидно, пересмотр ММРОТ с учетом инфляции происходит с большим опозданием, что сводит антиинфляционную функцию ММРОТ к нулю. Во-вторых, по идее расчеты ММРОТ должны опираться на изменение прежде всего потребительской корзины (на что опираются эти расчеты у нас — сказать трудно). Однако опора на этот показатель позволяет более или менее адекватно проиндексировать только такую компоненту затрат как заработная плата. Ко всем другим компонентам структуры затрат на обучение ММРОТ не имеет никакого отношения и вряд ли может быть признан обоснованным.

Использование показателей инфляции, рассчитываемых органами государственной статистики, безусловно, является наиболее точным. Однако при использовании необходимо учитывать, что инфляционные процессы имеют различную динамику применимо к различным элементам структуры затрат. Так, индекс потребительских цен в ноябре составлял 105,7%, в декабре он достиг 111,6%, в то время как индекс цен на промышленную продукцию в ноябре был равен 104,8%, в декабре 105,6%, строительные услуги — 101,2%

и 102% соответственно. Наиболее целесообразно использование контрактной оговорки об изменении цены. Контрактная оговорка должна охватывать, как минимум, основные виды затрат такие как заработная плата, стоимость оборудования и материалов, стоимость тепло-электроэнергии, коммунальных услуг. Расчет контрактной оговорки об изменении цены может производиться по следующей формуле:

$$Цп = Цк * (Кпр + Кзп * Кизп + Ко * Кио + Кк * Кик)$$

где Цп — цена образовательной услуги на момент пересмотра;

Цк — цена образовательной услуги на момент заключения контракта;

Кпр — коэффициент нормы прибыли;

Кзп, Ко, Кк — коэффициенты, отражающие доли элементов структуры затрат (заработная плата, оборудования и материалов, тепло-электроэнергии и коммунальных услуг);

Кизп, Кио, Кик — коэффициенты изменения стоимости элементов структуры затрат.

Одним из возможных вариантов решения проблемы ценообразования в вузе могло бы быть использование опыта переходных периодов других стран. В частности, в свое время в ФРГ при проведении реформ существовал «каталог уместных цен», который содержал ценовые ориентиры на социально значимые товары и услуги.

Вероятно, было бы неплохо, если бы какая-нибудь компетентная структура в системе высшего образования разрабатывала такие каталоги применительно к специальностям и (направлениям) и региональной специфике.